

## PENGARUH INOVASI SI PENA PASTI DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI RSUD GRATI KAB. PASURUAN

Muhammad Ramadan Sawung Jagad<sup>1)</sup>, Eva Mufidah<sup>2)</sup>, Dwita Laksmita Rachmawati<sup>3)</sup>

Universitas Merdeka Pasuruan

[amadhanjagad17@gmail.com](mailto:amadhanjagad17@gmail.com)<sup>1)</sup>, [evamufidah@unmerpas.ac.id](mailto:evamufidah@unmerpas.ac.id)<sup>2)</sup>, [laksmidadwita@gmail.com](mailto:laksmidadwita@gmail.com)<sup>3)</sup>

### Abstrak

RSUD Grati terus berinovasi. Berupaya secara maksimal meningkatkan pelayanan dalam bidang administratif. salah satu inovasi yang paling dirasakan oleh masyarakat adalah "Si Pena Pasti" (Sistem Pelayanan Administrasi kependudukan Pasien Persalinan RSUD Grati) yang baru di-launching pada awal tahun 2022. Penelitian ini tujuannya menganalisa pengaruh inovasi dan *perceived value* terhadap kepuasan pasien di RSUD Grati Kab. Pasuruan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah pasien pengguna layanan inovasi Si Pena Pasti. Menggunakan rumus Slovin dengan kuantitas sampelnya 59 responden. Analisis yang dipakai adalah Uji Instrumen, Analisis Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian menandakan bahwasanya 1) Inovasi dan *perceived value* secara silmutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Grati Kab. Pasuruan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yakni  $55,292 > 3,15$  dan skor signifikan  $0,000 < 0,05$ . 2) Inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Grati Kab. Pasuruan dengan skor  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $5,195 > 1,296$  dan skor sig.  $0,000 < 0,05$ . 3) *perceived value* secara parsial punya pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan pasien di RSUD Grati Kab. Pasuruan dengan skor  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $2,348 > 1,296$  dan skor sig.  $0,005 < 0,05$ . Dengan nilai R Square 0,664

**Kata kunci:** Inovasi, *Perceived Value*, Kepuasan Pasien

### Abstract

Grati Hospital continues to innovate. Strive to maximize the improvement of services in the administrative field. One of the innovations that is most felt by the community is "Si Pena Pasti" (Grati Hospital Population Administration Service System for Childbirth Patients) which was just launched in early 2022. The purpose of this study is to analyze the influence of innovation and *perceived value* on patient satisfaction at Grati Hospital, Pasuruan Regency. This type of research uses quantitative research. The population used is patients who use the Si Pena Pasti innovation service. Using the Slovin formula with a sample quantity of 59 respondents. The analysis used is Instrument Test, Coefficient of Determination Analysis and Hypothesis Test. The results of the study indicate that 1) Innovation and *perceived value* in a silmutant manner have a positive and significant effect on patient satisfaction at Grati Hospital, Pasuruan Regency with a value of  $F_{cal} > F_{table}$  which is  $55.292 > 3.15$  and a significant score of  $0.000 < 0.05$ . 2) Innovation partially has a positive and significant effect on patient satisfaction at Grati Hospital, Pasuruan Regency with a tcount score  $> 5.195 > 1.296$  and a score of  $0.000 < 0.05$ . 3) *Perceived value* partially has an influence positive and significant to patient satisfaction at Grati

### Article History

Received: Juli 2024  
Reviewed: Juli 2024  
Published: Juli 2024

Plagiarism Checker No 234  
Prefix DOI : Prefix DOI :  
10.8734/Musytari.v1i2.365  
Copyright : Author  
Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

*Hospital, Pasuruan Regency with a tcount score >of 2,348 > 1,296 and a score of sig. 0.005 < 0.05. With an R Square value of 0.664*

**Keywords:** Innovation, Perceived Value, Patient Satisfaction

## PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi sekarang, dunia bisnis harus bisa menghadapi perubahan teknologi yang terus berkembang dan makin kompleks. Oleh karena itu, sangat penting untuk menciptakan inovasi baru dalam setiap produk (baik barang maupun jasa) RSUD Grati terus berinovasi. Berupaya secara maksimal meningkatkan pelayanan dalam bidang administratif. Salah satu inovasi yang paling dirasakan oleh masyarakat adalah "Si Pena Pasti" (Sistem Pelayanan Administrasi kependudukan Pasien Persalinan RSUD Grati). Program inovasi RSUD Grati bekerja sama dengan Dispendukcapil untuk mempermudah dan mempercepat pembuatan Akta, KK, dan KIA bagi bayi yang lahir di RSUD Grati. Meski sudah ada inovasi tersebut keluarga pasien yang melahirkan di RSUD Grati masih banyak yang memilih calo karena menganggap lebih cepat dan murah untuk membuatnya, padahal sebenarnya memakai calo lebih mahal dan waktu pengerjaannya sama dengan yang resmi. Kurangnya sumber daya manusia sebagai petugas pengurusan dokumen, Kurangnya sarana prasarana yaitu mesin sendiri untuk mencetak KIA sehingga petugas administrasi harus menunggu pengiriman KIA dari kantor disdukcapil ke RSUD Grati yang dapat memperlama proses percetakan dan pengimplutan data kedalam server kependudukan.

Kepuasan konsumen merujuk pada tingkat kecocokan antara harapan dan kebutuhan konsumen dengan kinerja atau pelayanan yang diberikan. Bilamana suatu layanan mampu memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen, dapat dianggap bahwasanya layanan tersebut berhasil memuaskan konsumen. Respon emosional konsumen terhadap produk atau layanan yang mereka dapatkan, dapat berupa rasa puas atau tidak puas, merupakan inti dari konsep kepuasan konsumen. (Ajeng et al., 2022)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan: 1) untuk mengetahui pengaruh inovasi dan *perceived value* secara simultan terhadap kepuasan pasien di RSUD Grati Kab. Pasuruan 2) untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kepuasan pasien di RSUD Grati Kab. Pasuruan. 3) Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan pasien di RSUD Grati Kab. Pasuruan

## TINJAUAN TEORI

### Inovasi

Roger (2003) Inovasi dapat didefinisikan sebagai sebuah konsep, pemikiran, tindakan, atau benda yang dinilai jadi sesuatu yang *fresh* oleh personal atau kelompok tertentu, yang kemudian diterima dan diadopsi untuk diterapkan dalam lingkungan komunitas tersebut. Menurut Rogers (2003) ada lima atribut yang bisa dipakai guna melihat inovasi di sebuah organisasi, yakni:

- a. *Relative Advantage.*
- b. *Compability.*
- c. *Complexity.*
- d. *Triability.*
- e. *Observability.*

### Perceived Value

Tjiptono (2014:308) *Perceived Value* menjadi sebuah persepsi yang dimiliki oleh konsumen terhadap manfaat yang diperoleh dari produk atau layanan relatif terhadap biaya atau pengorbanan yang mereka lakukan untuk memperoleh produk atau layanan tersebut. Indikator *perceived value* Menurut (Tjiptono2014) yakni:

- a. *Emotional Value*, yakni manfaat emosional yang dirasakan oleh konsumen saat memakai produk atau layanan. Misalnya, produk yang membuat konsumen merasa senang, aman, atau dihargai.
- b. *Social Value*, yakni manfaat sosial yang dirasakan oleh konsumen dari penggunaan produk atau layanan. Contohnya termasuk produk yang meningkatkan status sosial atau memfasilitasi interaksi sosial yang positif.
- c. *Quality/Performance*, mencakup penilaian konsumen terhadap kualitas dan kinerja produk atau layanan tersebut. Konsumen akan mengevaluasi sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan mereka
- d. *Price/Value for Money*, mengukur sejauh mana konsumen merasa nilai yang diberikan oleh produk atau layanan sebanding dengan biaya yang mereka keluarkan. Konsumen akan mempertimbangkan harga produk atau layanan terhadap manfaat yang mereka terima

## Kepuasan Konsumen

Kepuasan menurut Tjiptono (2014) ialah respons emosional atau evaluatif yang dirasakan oleh konsumen setelah memakai produk atau layanan. Hal ini mencakup perasaan puas atau tidak puas yang muncul dari persepsi mereka terhadap kinerja produk atau layanan tersebut dalam memenuhi harapan dan kebutuhan mereka. Dimensi kepuasan pelanggan ini dinilai dari berbagai indikator (Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101)), yakni:

- a. Kesesuaian pelayanan dengan yang diharapkan.  
Tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja produk yang dirasakan oleh pelanggan mencakup aspek berikut:
  - 1) Layanan yang diberikan oleh staf memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan.
  - 2) Fasilitas pendukung yang disediakan memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan.
- b. Minat berkunjung kembali  
Kemauan pembeli guna membelinya lagi atau berkunjung kembali terhadap produk melibatkan aspek berikut:
  - 1) Motivasi untuk kembali karena pengalaman pelayanan yang memuaskan dari staf.
  - 2) Dorongan untuk kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh dari produk yang dipakai.
  - 3) Minat untuk kembali karena fasilitas pendukung yang tersedia dianggap memadai.
- c. Kesiediaan merekomendasikan  
Kemauan pembeli untuk merekomendasikan barang ia dibelinya pada orang sekitarnya meliputi hal berikut:
  - 1) Memberi rekomendasi produk pada orang lain untuk dibeli karena pengalaman pelayanan yang memuaskan.
  - 2) Memberi rekomendasi produk pada orang lain untuk dibeli karena fasilitas pendukung yang memadai.
  - 3) Memberi rekomendasi produk pada orang lain untuk dibeli disebabkan kegunaan yang didapat sesuai memakai barangnya.

## METODE PENELITIAN

Desain Penelitian bersifat deskriptif korelasional, yakni untuk memahami gejala atau fenomena secara mendalam yaitu menggambarkan dan menginterpretasi objek penelitian sesuai dengan apa adanya dengan variabel inovasi dan *perceived value* serta kepuasan pasien. Pengumpulan datanya melalui metode kuesioner secara sensus. Analisis data kualitatif yang dikuantitatifkan melalui skala likert lalu dianalisis dengan menggunakan Uji asumsi klasik, Analisis regresi berganda, Uji F, Uji T. penentuan populasi dalam penelitian ini adalah

menggunakan rumus slovin sampel yang digunakan sebanyak 59 responden. Tempat penelitian dilakukan di RSUD Grati Kab. Pasuruan tepatnya di Jalan Raya Grati No.199 Ranu Klindungan Kec. Grati Kab. Pasuruan 67184.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Instrumen penelitian

#### Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Syarat minimum untuk dianggap suatu intrumen valid yaitu nilai indeks memilik nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Dimana  $R_{tabel}$  diperoleh dari  $df$  (degree of freedom) =  $n - 2$  dengan signifikansi 5 % (0,05), dan  $n$  merupakan jumlah sampel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 59 reponden sehingga didapat  $R_{tabel}$  0,252. Hasil penelitian ini dapat diliat dari tabel sebagai berikut:

No	Variabel		rhitung	rtabel	keterangan
1	Inovasi ( $X_1$ )	X1.1	0,675	0,252	Valid
		X1.2	0,797	0,252	Valid
		X1.3	0,763	0,252	Valid
		X1.4	0,799	0,252	Valid
		X1.5	0,797	0,252	Valid
		X1.6	0,760	0,252	Valid
2	Perceived value ( $X_2$ )	X2.1	0,801	0,252	Valid
		X2.2	0,625	0,252	Valid
		X2.3	0,716	0,252	Valid
		X2.4	0,721	0,252	Valid
		X2.5	0,884	0,252	Valid
3	Kepuasan Pasien ( $Y$ )	Y.1	0,723	0,252	Valid
		Y.2	0,771	0,252	Valid
		Y.3	0,702	0,252	Valid
		Y.4	0,870	0,252	Valid
		Y.5	0,851	0,252	Valid
		Y.6	0,817	0,252	Valid
		Y.7	0,863	0,252	Valid

Sumber : Data Premier Yang Diolah, 2024

Berdasarkan dari tabel diatas dimana pengujian validitas instrument penelitian (kuisioer) dengan masing-masing pertanyaan yang diajukan kepada responden mendapatkan nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Sehingga dapat disimpulkan data penelitian ini dikatakan valid dan dapat dilakukan pengujian tahap selanjutnya.

#### Uji Reabilitas

Ghozali (2006) menjelaskan uji Reliabilitas merupakan tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut untuk mengukur suatu gejala dan sebaliknya. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai ( $\alpha$ ) > 0,60. Hasil penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut

Variabel	Alpha Cronbach	Alpha	Ket
Inovasi ( $X_1$ )	0,896	0,60	Reliabel

Perceived Value (X2)	0,872	0,60	Reliabel
Kepuasan Pasien (Y)	0,929	0,60	Reliabel

Sumber : Data Premier Yang Diolah, 2024

Pada tabel diatas dapat diketahui hasil uji reabilitas bahwa semua variabel memiliki koefisien nilai Alpha yang cukup besar diatas 0,60. Sehingga dapat disimpulkan masing-masing variabel dari kuisioner dapat dikatakan reliabel yang berarti bahwa kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuisioner yang reliabel atau handal.

## Uji Asumsi Klasik

### a. Uji normalitas

Asymp. Sig (2-tailed)	Alpha	Keterangan
0,200	0,05	Berdistribusi Normal

Sumber : Data Premier Yang Diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian tabel diatas menunjukkan nilai sig. 0,200 > 0.05 maka dikatakan normal yang artinya model regresi variabel Inovasi (X1), Perceived Value (X2) dan Kepuasan Pasien (Y) mempunyai data berdistribusi normal.

### b. Multikolinieritas

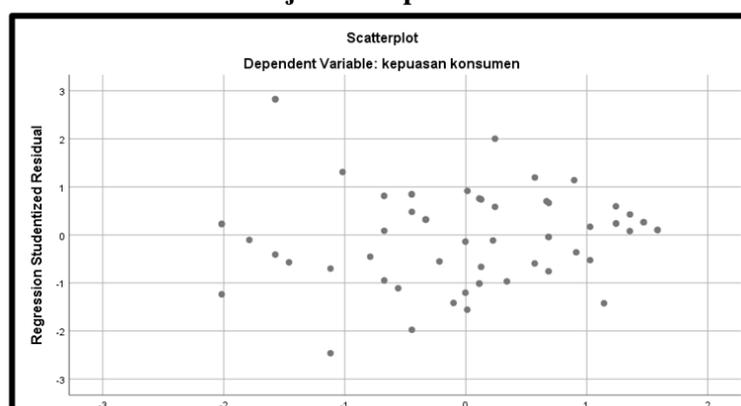
Variabel Independent	Variabel Dependen	Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
Inovasi (X <sub>1</sub> )	Kepuasan Pasien (Y)	0,456	2,191	Tidak terjadi multikolinieritas
Perceived value (X <sub>2</sub> )		0,456	2,191	

Sumber : Data Premier Yang Diolah, 2024

Berdasar atas table diatas bisa dipahami bahwasanya variabel Inovasi (X<sub>1</sub>) dan Perceived Value (X<sub>2</sub>) sama-sama punya skor tolerance value mencapai 0,456 > 0,1 dan skor VIF mencapai 2,191 < 10. Alhasil, bisa diambil simpulan bahwasanya variabel independent Inovasi (X<sub>1</sub>) dan Perceived Value (X<sub>2</sub>) tidak terjadi multikolinieritas dalam mempengaruhi Kepuasan Pasiern (Y) sebagai variabel dependen

### c. Uji Heterokedastisitas

#### Uji Scatterplot



*Sumber : Data Premier Yang Diolah, 2024*

Berdasarkan grafik diatas terlihat bahwasanya titik-titiknya menyebar secara merata diatas, dibawah, disamping kiri dan kanan angka 0 alhasil bisa diambil simpulan bahwasanya data penelitian tak terjadi gejala heterokedstisitas.

#### d. Uji Linieritas

Hubungan Variabel	Deviation From Linearity		Keterangan
	Sig.	alpha	
Hubungan Inovasi (X <sub>1</sub> ) dengan kepuasan Pasien (Y)	0,071	0,05	Linier
Hubungan <i>Perceived Value</i> (X <sub>2</sub> ) dengan Kepuasan Konsumen (Y)	0,720	0,05	Linier

*Sumber : Data Premier Yang Diolah, 2024*

Dari hasil tabel uji linieritas tersebut diperlihatkan bahwasanya pada variabel Inovasi (X<sub>1</sub>) mempunyai skor linierity mencapai  $0,071 > 0,05$ , Variabel *Perceived Value* (X<sub>2</sub>) mempunyai skor linierity mencapai  $0,720 > 0,05$ . Alhasil, bisa diambil simpulan bahwasanya ada korelasi yang linier dari variabel Inovasi, *Perceived Value* terhadap variabel Kepuasan Pasien.

#### Teknik Analisis Data Analisis Regresi Berganda

Variabel Independent	Variabel Dependen	Unstandardized Coefficients		Pengaruh
		B	Std.error	
<i>Inovasi</i> (X <sub>1</sub> )	Kepuasan Pasien (Y)	0,736	0,147	Positif
<i>Perceived Value</i> (X <sub>2</sub> )		0,326	0,139	Positif

Constanta: Unstandardized Coefficients (B= -0,487; Std. Error=0,436)

Sumber : Data Premier Yang Diolah, 2024

Berdasar atas analisa yang tercermin di tabel 18, alhasil bisa disusun persamaan regresi linier berganda yakni:

$$Y = -0,487 + 0,736 X_1 + 0,326 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas, maka dijelaskan di bawah ini:

- Skor konstanta menyatakan skor negatif mencapai -0,487, tanda negatif artinya artinya apabila Inovasi, dan *Perceived Value* sama dengan nol (0) maka Kepuasan Pasien akan mengalami penurunan. Konstanta negatif tidaklah menjadi persoalan dan bisa diabaikan selama model regresi yang diuji sudah memenuhi asumsi (misal normalitas),
- Variabel Inovasi ( $X_1$ ) mempunyai skor positif mencapai 0,736. Hal ini menandakan bilamana Inovasi mengalami kenaikan 1% maka minat beli akan naik mencapai 0,736 atau 73,6% dengan asumsi variabel independent lainnya dianggap konstan.
- Variabel *Perceived Value* ( $X_2$ ) mempunyai skor positif mencapai 0,326. Hal menandakan bilamana *Perceived Value* mengalami kenaikan 1% maka minat beli akan naik mencapai 0,326 atau 32,6% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan

## Uji Simultan (Uji F)

### Pengaruh Inovasi dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pasien di RSUD Grati Kab. Pasuruan

Variabel Independen	Variabel Dependen	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Sig.	Keputusan
Inovasi (X1)	Kepuasan Pasien (Y)	55,292	3,15	0,000	Ha diterima
<i>Perceived Value</i> (X2)					

Sumber : Data Premier Yang Diolah, 2024

Berdasar atas perolehan di tabel diatas bisa dipahami bahwasanya skor Sig mencapai  $0,000 < 0,05$ , dan skor Fhitung mencapai  $55,292 > Ftabel$  mencapai 3,15 alhasil bisa diambil simpulan bahwasanya Ha diterima yang artinya Inovasi ( $X_1$ ), dan *Perceived Value* ( $X_2$ ) secara Simultan punya pengaruh sangat signifikan terhadap Kepuasan Pasien (Y).

## Uji Parsial (Uji T)

### Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Pasien

Variabel Independen	Variabel Dependen	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig.	Keputusan
Inovasi (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)	5,195	1,296	0,000	Ha diterima

Sumber : Data Premier Yang Diolah, 2024

Dari tabel diatas terlihat bahwasanya pengujian hipotesis Inovasi (X1) mencerminkan skor t hitung mencapai  $5,195 > 1,296$  dengan taraf signifikansi tersebut  $0,000 < 0,05$ . Bisa diambil simpulan bahwasanya pada kajian ini Inovasi (X<sub>1</sub>) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pasien (Y).

### Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pasien

Variabel Independen	Variabel Dependen	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig.	Keputusan
<i>Perceived Value</i> (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)	2,348	1,296	0,022	Ha diterima

Sumber : Data Premier Yang Diolah, 2024

Dari tabel diatas terlihat bahwasanya pengujian hipotesis *Perceived Value* (X2) mencerminkan skor t hitung mencapai  $2,348 > 1,296$  dengan taraf signifikansi tersebut  $0,022 < 0,05$ . Bisa diambil simpulan bahwasanya pada kajian ini *Perceived Value* (X<sub>2</sub>) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pasien (Y).

### Analisis Koefisien Determinasi (R Square)

#### Pengaruh Inovasi dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pasien di RSUD Grati Kab. Pasuruan

Variabel Independen	Variabel Dependen	R Square
Inovasi (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,664
<i>Perceived Value</i> (X2)		

Sumber : Data Premier Yang Diolah, 2024

Berdasar atas data pada tabel diatas dilihat dari *R Square* mencapai 0,664 atau sama dengan 66,4%. Bisa diambil simpulan bahwasanya besarnya pengaruh model penelitian variabel Inovasi, dan *Perceived Value* terhadap Kepuasan Pasien adalah mencapai 66,4%, sedangkan sisanya mencapai 33,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

### Hasil dan Pembahasan

#### 1. Pengaruh Inovasi, dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pasien

Berdasar atas hasil hipotesis dari uji F mencerminkan bahwasanya variabel Inovasi, dan *Perceived value* secara simultan berpengaruh secara signifikan. Hal ini bisa dilihat dari skor F pada uji- f mencapai 55,292 melebihi Ftabel yakni 3,15 dan skor sig 0,000 lebih kecil dari 0,05. Jadi makin baik pelayanan yang diberikan, maka makin meningkatkan kepuasan

Pasien pengguna layanan Inovasi SI Pena Pasti di RSUD Grati Kab. Pasuruan . Dengan skor Adjust R Square mencapai 0.664 (66,4%) atau bisa diartikan bahwasanya kualitas pelayanan, dan *Perceived value* mampu menjelaskan mencapai 66,4% kepuasan Pasien.

## 2. Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Pasien

Hasil penelitian ini mencerminkan adanya pengaruh Inovasi secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien yang memakai layanan inovas Si Pena Pasti di RSUD Grati Kab. Pasuruan. Inovasi yang diberikan oleh pihak Rumah sakit memberi kesan sendiri bagi pasien untuk datang kembali ke RSUD Grati. Rumah sakit yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan memberi dampak yang positif terhadap kepuasan pasien. Jawaban responden mengenai inovasi Si Pena Pasti di RSUD Grati Kab. Pasuruan dikategorikan tinggi, meskipun masih belum secara penuh dan masih perlu dievaluasi lagi di masa mendatang.

Berdasar atas hasil pengujian hipotesis 2 di atas tentang pengaruh variabel Inovasi terhadap kepuasan Pasien diperoleh keterangan bahwasanya variabel Inovasi punya pengaruh secara parsial signifikan terhadap kepuasan pasien mencapai 0,000 lebih kecil dari 0,05, di mana pada perolehan pengujian t dicerminkan bahwasanya skor t hitung mencapai 5,195. Hal ini mengindikasikan bahwasanya inovasi merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam rangka meningkatkan kepuasan pasien di RSUD Grati Kab. Pasuruan.

Inovasi menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh pihak rumah sakit, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki rumah sakit. Inovasi diartikan sebagai memunculkan ide baru yang diharapkan dapat membawa inovasi selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk inovasi pesaingnya. Produk inovasi yang mempunyai kelebihan mempunyai skor tambah bagi konsumennya. Inovasi produk sangat terkait dengan kepuasan konsumen, dikarenakan konsumen merupakan penilaian atas suatu barang atau jasa yang dikonsumsinya. Konsumen menilai positif atas produk yang dikonsumsinya maka akan menyebabkan konsumen menyenangi dan menyukai produk sehingga akan terjadi pembelian secara terus menerus dan menimbulkan rasa kepuasan konsumen Inovasi dilihat berdasar atas persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

## 3. Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pasien

Hasil penelitian ini mencerminkan adanya pengaruh *Perceived Value* secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien yang memakai layanan inovasi Si Pena Pasti. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwasanya *Perceived Value* punya pengaruh terhadap kepuasan Pasien yang pada hal ini bertempat di RSUD Grati Kab. Pasuruan.

Berdasar atas hasil pengujian hipotesis 3 di atas tentang pengaruh variabel *Perceived Value* terhadap kepuasan pasien diperoleh keterangan bahwasanya variabel *Perceived Value* punya pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen mencapai 0,022 lebih kecil dari 0,05, di mana pada perolehan pengujian t dicerminkan bahwasanya skor t hitung mencapai 2,384. Ini berarti makin baik *Perceived Value* bahwasanya pasien akan makin merasa puas bilamana Si Pena Pasti dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, kemudahan dalam pengurusan dokumen, serta waktu tunggu yang lebih dipercepat, RSUD Grati dapat menciptakan gambaran-gambaran yang positif dibenak pasien, dengan menawarkan keuntungan yang dianggap lebih baik dibandingkan rumah sakit

yang lain lainnya dengandemikian, bisa diambil simpulan bahwasanya kebanyakan responden menyatakan bahwasanya kualitas pada Si Pena Pasti cukup berkualitas serta para staf juga mencerminkan sikap yang cukup baik pada kepada setiap pasien.

## KESIMPULAN

Berdasar atas data dari kuesionernya, dilaksanakan pengujian validitas guna memberi penilaian atas keabsahan kuesioner dan pengujian reliabilitas guna memberi penilaian atas konsistensi alat pengukur dalam mengukur suatu fenomena. Perolehan pengujiannya mencerminkan bahwasanya seluruh pernyataan dalam kuesionernya valid dan reliabel. Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Atas perolehan hipotesis 1 yakni uji F mencerminkan Inovasi ( $X_1$ ), dan *Perceive Value* ( $X_2$ ) secara simultan mempunyai pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap Kepuasan Pasien ( $Y$ ).
2. Atas perolehan hipotesis 2 yakni uji t mencerminkan pada kajian ini Inovasi ( $X_1$ ) Dari tabel diatas terlihat bahwasanya pengujian hipotesis Inovasi ( $X_1$ ) mencerminkan skor t hitung mencapai  $5,195 > 1,296$  dengan taraf signifikansi tersebut  $0,000 < 0,05$ . Bisa diambil simpulan bahwasanya pada kajian ini Inovasi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pasien ( $Y$ ).
3. Atas perolehan hipotesis 3 yakni uji t Dari tabel diatas terlihat bahwasanya pengujian hipotesis *Perceived Value* ( $X_2$ ) mencerminkan skor t hitung mencapai  $2,348 > 1,296$  dengan taraf signifikansi tersebut  $0,022 < 0,05$ . Bisa diambil simpulan bahwasanya pada kajian ini *Perceived Value* ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pasien ( $Y$ ).
4. diatas dilihat dari *R Square* mencapai  $0,664$  atau sama dengan  $66,4\%$ . Bisa diambil simpulan bahwasanya besarnya pengaruh model penelitian variabel Inovasi, dan *Perceived Value* terhadap Kepuasan Pasien adalah mencapai  $66,4\%$ , sedangkan sisanya mencapai  $33,6\%$  dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

## SARAN

Berdasar atas kesimpulan yang telah dilaksanakan maka saran yang dapat diberikan pada kajian ini yakni:

1. Disarankan untuk RSUD Grati terus berinovasi meskipun pada penelitian diatas sudah berkriteria sangat baik, karena ketika Inovasi makin dan terus ditingkatkan, konsumen akan meningkatkan juga Kepuasan Pasiennya, dengan cara lebih meningkatkan kinerja para staf yang andil dalam inovasi Si Pena Pasti ketika melayani seluruh Pasien agar lebih puas dalam pelayanan di RSUD Grati, setidaknya bisa menambahkan petugas admin tersendiri untuk PIC Si Pena Pasti karena lebih baik kualitas pelayanannya maka akan lebih baik pula kepuasan pasien pengguna Si Pena Pasti pada RSUD Grati.
2. Bagi pihak Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Pasuruan sebaiknya menambahkan jumlah pegawai, agar dalam prose pembuatan dokumen tidak lama dalam prosesnya sehingga dapat berjalan dengan baik, lancar dan cepat.
3. Peneliti merekomendasikan untuk Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Pasuruan dalam layanan E- Pak Ladi untuk bisa diupgrade lebih canggih lagi, misalnya ketika terjadi penolakan berkas maka pemohon akan menerima pemberitahuan secara langsung, jadi tidak perlu membuka aplikasi terlebih dahulu. Dilaksanakannya penyempurnaan sistem aplikasi agar dapat terkoneksi lebih baik lagi
4. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan Inovasi, dan *Perceived Value* yang mempengaruhi Kepuasan Pasien.
5. Bagi peneliti berikutnya, disarankan agar menambah variabel lainnya di luar variabel yang belum diteliti pada kajian ini yang dapat meningkatkan skor model penelitian dalam menuju Inovasi yang lebih baik seperti variabel waktu.

## REFERENSI

- S. (2015). Struktur Jaringan Dalam Adopsi Inovasi: Studi Konseptual. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2). <https://doi.org/10.21274/an.2015.1.2.135-154>
- Afriyani, Y., & Muhajirin, M. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Kepuasan Konsumen pada UKM Dina Kelurahan Ntobo. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 79–90. <https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1175>
- Ajeng, N., Wiguna, S., Ramdan, A. M., & Sukabumi, U. M. (2022). Analysis Of Drive Thru And Perceived Value Service Innovation On Fast Food Consumer Satisfaction During The Covid-19 Pandemic Analisis Inovasi Layanan Drive Thru Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen Makanan Cepat Saji Di Masa Pandemi Covid-19. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1505–1509. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Al Amin, M., & Juniati, D. (2017). Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi. *Jurnal Ilmiah Matematika*, 2(6), 1–10.
- Ariany, I. V., & Lutfi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pasien: Kepuasan Pasien sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4), 402. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i4.12801>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik / Suharsimi Arikunto*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=217760>
- Cahyaningrum, R. S. R. (n.d.). TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA LAYANAN GO-JEK INDONESIA PADA KATEGORI GO- FOOD ( Studi Pada Pengguna Layanan Go-Food di Kota Malang ) RR Sari Ramadhani Cahyaningrum Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas Brawijaya Dosen Pembimbing : Dr . Fatc.
- Dewi, K. I. L., Yulianthini, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kesehatan Di Kota Singaraja. *Manajemen*, 5(2), 82–92.
- Dewi Sanjaya, I., & Martono, S. (2012). *Management Analysis Journal*. 1(2), 120–128.
- Dharma, G. B. (2012). Pengaruh Perceived Value and Perceived Quality Terhadap Kepercayaan Konsumen Di Rumah Sakit Kartika Sari. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 5, 63–86. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v5i1.508>
- Diawati, P., Sugesti, H., & Risma, D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(2), 1–11. <https://ejournal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/1141>
- Gunawan, Y. I., & Saragih, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Medis Dan Inovasi Layanan Administrasi Terhadap Kepuasan Pasien. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(1), 33. <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i1.301>
- Handayani, N., Izzatusholekha, & Kuncoro, F. H. (2022). Inovasi Aplikasi Samsat Mobile Jawa Barat (SAMBARA) dalam Pelaksanaan Smart Governance. *KAIS. Kajian Ilmu Sosial*, 3(2), 49–57.
- Hidayat, I. (2019). Inovasi Pelayanan Publik ‘Arek Lancor’ Aplikasi Berbasis Online Unit Reaksi Cepat Polisi Cyber (URC Cyber Police) dalam Rangka Mendukung Revolusi Industri 4.0 di Polres Pamekasan. *Prosiding*, 201–206. <https://ejournalwiraraja.com/index.php/PROSD/article/view/832%0Ahttps://ejournalwiraraja.com/index.php/PROSD/article/download/832/754>
- Ismunandar, I. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Illo Cake Patisserie & Bistro Di Kota Bima. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 92–98. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.7>
- Jana Siry, M. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Tata Rias Pengantin Tunjung Seto Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(1), 64–72.
- Miati, I. (2019). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Handycrafts pada Sentra Kerajinan Bambu Mangkubumi Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*,

- 3(2), 19–34.
- Ningtias, S. F. M. (2018). Inovasi Layanan Anak Lahir Membawa Akta Kelahiran Dan Kartu Keluarga (Alamak) Di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2017. *Jurnal Publika Administrasi Negara*, 6(4), 1–7.
- roger. (2003). *Diffusion of Innovations 5th Edition*. New York: Free Press.
- Solong, A., & Muliadi, M. (2021). Inovasi Pelayanan Publik. *Al Qisthi Jurnal Sosial Dan Politik*, 10, 76–86. <https://doi.org/10.47030/aq.v10i2.82>
- sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif, kuantitatif R & D*.
- Syafawi<sup>1</sup>, M., <sup>1</sup>universitas, K., & Padang, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamudi Kampoeng Lega Café. 5, 9782–9793.
- Tjiptono, P. . (2014). *pemasaran jasa*.
- Zeithaml, V. A. (2014). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>
- ↳Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember Effect Of Price, Promotion, Quality Of Service On Customer Satisfaction Service Ojek Online “Om-Jek” Jember (Vol. 7, Issue 2). Desember Hal.
- Bambang, S., Eva, M., Ana, L. :, Program, S., Manajemen (2021a). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. In *Jurnal EMA* (Vol. 6).
- Efnita, T. (2017a). Effect Of Variation Of Products, The Service Quality, Price And Location On Customer Satisfaction Wedding Organizer. In *Jurnal AdBispreneur* (Vol. 2, Issue 2).
- Jenni Tarigan, D. M., Fernando Sihotang, B., kaliaga, K., Panggabean, A., & Gulo, K. (2020a). Jurnal Global Manajemen-Prodi S1 Manajemen FE UDA 128 Halaman 127-Abstract Effect Of Product Quality, Price And Promotion On Beverage Purchase Decisions Coca-Cola In Pt. Coca Cola Amatil Indonesia Branch Medan. In *Jurnal Global Manajemen-Prodi S1 Manajemen FE UDA* (Vol. 9, Issue 2).
- Lucky Yuriansyah, A., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2013). *Maj 2 (1) (2013) Management Analysis Journal Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau, F. (n.d.-a). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada STIE Mahaputra Riau*. 10.
- Wulandari, N. (2013a). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen KOPIKITA Semarang).” *Diponegoro Journal Of Management*, 2(2), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>